

УДК 338:439<sup>©</sup>**ІБАТУЛЛІН М.І.**, канд. екон. наук, доцент*Національний університет біоресурсів і природокористування України***МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ КОН'ЮНКТУРИ АГРОПРОДОВОЛЬЧОГО РИНКУ**

Розкрита економічна суть поняття «кон'юнктура» і розглянуті основні підходи до визначення цього поняття різними вченими. Висвітлені теоретико-методичні основи досліджень агропродовольчого ринку. Розглянуті властивості кон'юнктури і її особливості на ринку агропродовольчої продукції. Здійснена оцінка існуючих теоретико-методичних підходів до кон'юнктурного аналізу досліджуваного ринку. Обґрунтована необхідність створення системи оперативного збору, обробки, збереження і розповсюдження інформації про кон'юнктуру ринку на конкретний момент часу. Проаналізовані суть і методика проведення цінового моніторингу в умовах українського ринку. Проведено аналіз способів оцінки кон'юнктури ринку.

**Ключові слова:** кон'юнктура ринку, агропродовольчий ринок, система управління кон'юнктурою ринку, агропродовольча продукція.

**Постановка проблеми.** У сучасних умовах роль і значення дослідження процесів, що відбуваються на ринку сільськогосподарської продукції та продовольства, зростає. Аналіз тенденцій розвитку цього ринку, чинників впливу, причинно-наслідкових зв'язків і наслідків змін, що відбуваються, дає підстави сформулювати інформаційно-аналітичну базу для визначення пріоритетних стратегічних напрямів і розробки механізму реалізації обраних стратегій.

Провідну роль у комплексних дослідженнях ринку сільськогосподарської продукції та продовольства слід відвести аналізу кон'юнктури, що визначає кількісні параметри розвитку й загальну якісну характеристику стану ринку. Проте щодо категорії «кон'юнктура ринку» й досі немає єдиного однозначного визначення. Представники наукових шкіл висловлюють різні погляди на предмет, методи і цілі кон'юнктурних досліджень.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Окремі питання, пов'язані із формуванням системи оцінки кон'юнктури агропродовольчого ринку, його інфраструктурного забезпечення висвітлено у дослідженнях вітчизняних науковців: В. Андрійчука, О. Варченко, А. Діброви, С. Дусановського, Г. Калетніка, С. Кваші, М. Корецького, М. Латиніна, Ю. Лопатинського, Ю. Лупенка, О. Мороза, Т. Осташко, Б. Пасхавера, М. Пугачова, М. Талавирі, П. Саблука, О. Скидана, О. Шпичака, О. Шпикуляка, О. Шубравської та ін. Ці наукові дослідження є фундаментом моніторингу та оцінки функціонування агропродовольчого ринку, роблять істотний внесок у розвиток теоретичних основ та розробку заходів, направлених на реалізацію стратегічних ініціатив. Проте сучасні зміни в зовнішньому та внутрішньому середовищі функціонування ринкових інституцій вимагає розробки певних методичних підходів до оцінки кон'юнктури агропродовольчого ринку.

**Мета і завдання дослідження** – розробка теоретичних, методичних положень щодо оцінки кон'юнктури агропродовольчого ринку.

**Матеріал і методика дослідження.** Для реалізації поставлених завдань використовувалися наступні методи та прийоми: монографічний, вибірковий, абстрактно-логічний, розрахунково-конструктивний та балансовий.

**Результати досліджень та їх обговорення.** Поняття економічної кон'юнктури і процес відтворення тісно взаємопов'язані й взаємообумовлені, адже між ними є певні відмінності. Так, на нашу думку, стадії процесу відтворення слідує одна за одною і зумовлюють одна одну, тобто цей процес є послідовним. При цьому кон'юнктура відображає одночасний стан пропозиції і попиту, є однією з характеристик розвитку виробництва, розподілу, обміну і споживання.

Кон'юнктура ринку має чотири принципові властивості: динамічність, пропорційність, варіативність і циклічність. Ринок сільськогосподарської продукції та продовольства в такому випадку не є винятком. Для відображення цих властивостей кон'юнктурний аналіз цього ринку має бути спрямований на вирішення чотирьох концептуальних завдань: аналіз динамічних закономірностей, тенденцій; аналіз пропорційності розвитку; аналіз стійкості ринку; аналіз повторюваності розвитку ринку, виділення циклів.

Створення системи оперативного збору, обробки, зберігання та розповсюдження інформації

про рівень внутрішніх цін серед суб'єктів ринку – необхідна умова для реформування аграрного сектора на ринкових засадах і розвитку агробізнесу. Невід'ємною умовою досконалого ринку сільськогосподарської продукції є прозорість або оглядовість ринку для продавців і покупців.

Ціновий моніторинг – це оперативне відстеження внутрішніх цін (цін реалізації продукції сільськогосподарськими товаровиробниками, закупівельних, оптово-відпускних, роздрібних) на різних рівнях – районному, обласному, державному. Зібрана інформація про рівень внутрішніх цін, що характеризує тенденції розвитку товарних ринків, слугує базою для аналізу поточної ситуації та короткострокових прогнозів щодо стану ринків. Система цінового моніторингу частково вирішує і проблему стабілізації цінової ситуації на ринках. Різниця між цінами в областях залежить не тільки від просторового розміщення, якісних показників продукції, а й від наявності інформації про ситуацію, що склалася на ринку.

Динамічність є найважливішою властивістю ринку сільськогосподарської продукції та продовольства, що свідчить про спроможність його щодо росту, скорочення або стабільності. Традиції харчування та фізіологічні обмеження людини в їжі сприяють збереженню його відносної здатності. Однак зміни доходів населення, цін на сільськогосподарську продукцію і послуги запропонованого асортименту й інших чинників призводять до коливань середнього споживання на душу населення певних видів продовольства.

Дослідження ринку сільськогосподарської продукції та продовольства за просторовою ознакою ґрунтується на ієрархічній структурі кількості учасників ринку, обороті ринку та інших показниках. Співвідношення показників, що є нижчими за ієрархією ринків із вищими, і визначення їхньої частки дає змогу зробити висновки про пропорційність розвитку ринку в цілому.

Стихійність ринку сільськогосподарської продукції та продовольства залишається його головною ознакою. Дослідження випадкових і постійних коливань, їхньої частоти і сили дає уявлення про стійкість розвитку ринку. При цьому випадкові коливання ринку сільськогосподарської продукції та продовольства є найбільш проблемними, оскільки їх не можна передбачити.

На особливу увагу заслуговує наступне завдання кон'юнктурного аналізу агропродовольчого ринку – циклічність і сезонність його розвитку, що безпосередньо пов'язані з природно-кліматичним чинником. Більше того, циклічність розвитку цього ринку зазнає впливу загальних економічних і галузевих циклів.

Зазначимо, що важливим методологічним питанням кон'юнктурного аналізу є визначення його структури.

Поряд із коротко- і середньостроковими станами кон'юнктури слід розрізняти необхідність поняття середньої характеристики кон'юнктури за тривалий період часу і на тривалу перспективу. У результаті в структурі дослідження економічної кон'юнктури можна виділити три взаємодоповнювальні процеси: поточне кон'юнктурне спостереження, кон'юнктурний огляд і кон'юнктурний прогноз [1].

У методології аналізу кон'юнктури ринку сільськогосподарської продукції та продовольства особливу роль відіграє визначення послідовності аналітичних робіт.

Для ухвалення рішень стосовно розвитку агропродовольчого ринку найбільший інтерес становить кон'юнктурний прогноз, який має відповідати певним вимогам. До основних вимог, на наш погляд, слід віднести такі: наукова обґрунтованість і надійність прогнозних значень; достовірність показників, тобто їх однозначність за використання різних методів; альтернативний характер прогнозу з чітким формулюванням усіх гіпотез і передумов, що покладені в його основу; наявність прийнятної методики оцінки достовірності прогнозу для можливого його коригування; своєчасність і цілеспрямованість прогнозу.

Отже, кон'юнктура ринку є складним і мінливим явищем. Вона залежить від елементів і дій, розвиток яких підпорядковується законам та характеризується певними якісними й кількісними ознаками. Це зумовлює необхідність використання для аналізу кон'юнктури різноманітних методів. Для певної систематизації їх необхідно розподілити на дві групи: загальні та спеціальні методи.

Загальні методи відображають науковий апарат досліджень, що використовується в усіх сферах життєдіяльності. Загальним методом дослідження є метод діалектики, який передбачає, що всі явища вивчаються у взаємозв'язку і взаємозалежності, а також у процесі руху, зміни й розвитку.

Спеціальні (конкретно-предметні) методи включають способи і прийоми дослідження, характерні для цієї сфери діяльності та знань. До спеціальних методів дослідження ринку сільськогосподарської

продукції та продовольства, враховуючи його багатоаспектність і багатогранність, відносять методи економічного аналізу (статистичні та економіко-математичні), економіко-географічних досліджень, соціологічних досліджень.

Розглядаючи спеціальні методи дослідження ринку сільськогосподарської продукції та продовольства, необхідно виділити основні з них: порівняльний аналіз (горизонтальний, вертикальний, трендовий, одновимірний і багатовимірний); індексний метод; балансовий метод; графічний метод; методи математичної статистики (факторний аналіз (детермінований і стохастичний), кореляційно-регресійний аналіз, кластерний аналіз, багатовимірне шкалювання та ін.); картографічний метод; спостереження; опитування; експеримент тощо.

Зазначимо, що у дослідженні ринку сільськогосподарської продукції та продовольства можна залучати різні види порівняльного аналізу: горизонтальний, вертикальний, трендовий, одновимірний і багатовимірний.

Горизонтальний порівняльний аналіз досліджуваного нами ринку сільськогосподарської продукції та продовольства використовується для визначення абсолютних і відносних відхилень фактичного рівня оцінюваних показників від базового (планового, минулого періоду, середнього рівня).

За допомогою вертикального порівняльного аналізу вивчають структуру економічних явищ і процесів шляхом розрахунку частки в цілому (наприклад, частка витрат домашніх господарств на придбання продуктів харчування), співвідношення частин цілого між собою (наприклад, імпорту і внутрішнього виробництва продовольства в загальному обсязі його споживання), а також вплив чинників на рівень результативних показників шляхом порівняння їхніх величин до і після зміни відповідного чинника.

Балансовий метод слугує для відображення співвідношення, пропорцій двох груп взаємопов'язаних та урівноважених економічних показників, підсумки яких мають бути тотожні. Особливе значення у процесі дослідження ринку сільськогосподарської продукції та продовольства мають міжгалузеві баланси, які відображають розміри і напрями матеріально-фінансових потоків між сільськогосподарським виробництвом, харчовою промисловістю і торгівлею. За їх допомогою можна оцінити й обрати найбільш оптимальне співвідношення між різними галузями, а також економічно обґрунтувати розміщення на території певного виду виробництва з оцінкою забезпеченості сировиною й іншими ресурсами. Баланси використовуються і для розробки раціональних міжтериторіальних зв'язків. Для розвитку агропродовольчого ринку нашої країни особливого значення набувають міжрегіональні баланси, що оцінюють потоки ввезення і вивезення сільськогосподарської продукції, їх вартість та обсяги.

У процесі дослідження ринку сільськогосподарської продукції та продовольства дедалі ширше застосовують методи математичної статистики: факторний (детермінований і стохастичний), кореляційно-регресійний аналіз, кластерний аналіз, багатовимірне шкалювання та ін.

Слід зазначити, що ефективність досліджень агропродовольчого ринку забезпечує комплексне використання й поєднання наведених методів. При цьому можливість застосування певних методів залежить від інформаційної доступності. Поряд із доступністю багатьох джерел даних про розвиток ринку сільськогосподарської продукції та продовольства у формуванні інформаційної бази для його системної діагностики очевидним є той факт, що офіційна статистика має ряд недоліків, що негативно впливають на якість. До них належать такі:

- 1) відсутність важливих економічних показників. Зокрема, немає показників стану конкуренції на сільськогосподарському ринку, наявності й потенціалу ринкової інфраструктури тощо;
- 2) недостатньо відображена в статистичних даних інформація з питань зовнішніх зв'язків сільськогосподарського ринку;
- 3) конфіденційність даних;
- 4) характеристика приватного виробництва і тіншового бізнесу у сфері агропродовольчого ринку в інформаційній базі часто є не достовірними;
- 5) офіційні публікації статистичних даних через півроку чи рік після одержання результатів, що знижує рівень результативності оцінки.

Одним із найважливіших методичних питань дослідження розвитку ринку сільськогосподарської продукції та продовольства є визначення системи показників аналізу його кон'юнктури. У виборі її слід враховувати такі вимоги: показники мають бути вимірними, порівнянними, доступними і достовірними; всебічно відображати розвиток агропродовольчого ринку, що досліджується; враховувати вагомість того або іншого аспекту в процесі виведення інтегрального показника.

У сучасних умовах для аналізу та прогнозу кон'юнктури ринку сільськогосподарської продукції і продовольства використовують широкий перелік показників, які об'єднані в такі основні групи: показники внутрішнього товарообігу, показники зовнішньої торгівлі, цінні показники [2].

Показники внутрішнього товарообігу відображають динаміку й напрями змін кон'юнктури внутрішнього ринку та включають оборот оптової і роздрібно торгівлі сільськогосподарською продукцією, а також громадське харчування; обсяги продажів найбільших оптових і роздрібних торговельних підприємств; індекси вартості мінімального набору продуктів харчування; споживчі витрати (обсяг і структура) на купівлю сільськогосподарської продукції; інформацію про рух товарних запасів.

Аналіз динаміки реалізації сільськогосподарської продукції та продовольства через оптову і роздрібну торгівлю, а також обороту громадського харчування в абсолютних одиницях і з розрахунку на душу населення дозволяє оцінити характер і зміну платоспроможного попиту на продукти харчування.

Зазначимо, що істотні відмінності існують між характером динаміки запасів сировини і готової продукції. Обсяги запасів сировини безпосередньо залежать від обсягів виробництва: збільшення виробництва припускає зростання запасів сировини і навпаки, а запаси готової продукції у разі розширення виробництва зменшуються. Зростання запасів готової продукції свідчить про погіршення кон'юнктури: вони досягають максимального значення на початку кризи, мінімального – у переході з фази депресії у фазу поживлення, в момент розширення обсягів виробництва. Динаміка внутрішніх перевезень вантажів є результативним показником кон'юнктури ринку. Погіршення кон'юнктури, тобто скорочення попиту, зниження виробництва і відвантажень, негативно позначається на обсягах перевезень. Аналіз внутрішніх перевезень має охоплювати всі види транспорту відповідно до специфіки кожного, а також враховувати конкуренцію між різними видами.

Показники зовнішньої торгівлі включають: фізичний і вартісний обсяг зовнішньоторгового обігу; фізичний та вартісний обсяг експорту й імпорту та їхні індекси відносно попередніх періодів; географічний розподіл експорту й імпорту агропродовольчої продукції; сальдо торговельного балансу; товарну структуру експорту й імпорту; питому вагу країни у світовому експорті й імпорті.

Зазначимо, що з поліпшенням стану кон'юнктури ринку та зі збільшенням обсягів виробництва завдання зовнішньої торгівлі спрощуються. Погіршення кон'юнктури позначається передусім на показниках виробництва і лише тоді зумовлює зниження обсягів зовнішньоторговельних операцій. Подібна ситуація пояснюється договірними зобов'язаннями сторін за довгостроковими контрактами. Розбіжності можуть зумовлюватися нерівномірністю економічного розвитку різних країн.

Показники динаміки і рівня цін включають: індекс оптових цін; індекс роздрібних цін, що розраховується аналогічно індексу оптових цін.

У процесі дослідження кон'юнктури ринку рекомендують також порівнювати динаміку оптових і роздрібних цін. В окремих випадках доцільно порівнювати динаміку цін за різними видами сільськогосподарської продукції.

У зарубіжній практиці для оцінки кон'юнктури ринку часто використовують індекси ділової активності (динаміка основних характеристик виробництва товарів, товарних запасів, цін). Іноді для аналізу кон'юнктури будь-якого ринку сільськогосподарської продукції та продовольства оцінюють показники загальної економічної ситуації, тобто рівень зайнятості в цілому та в галузях, загальні обсяги інвестицій та обсяги інвестицій по галузях тощо.

Зазначимо, що додатковими індикаторами можуть бути такі характеристики ринку, як кількість споживачів (у деяких країнах – населення старше п'яти років, в інших – кількість сімей із дітьми), рівень доходу, територіальна структура роздрібних продажів тощо. Інколи в розрахунках оцінюється здатність населення до витрат (наприклад, за кількістю магазинів, ресторанів, кафе) [3].

Збалансованість функціонування агропродовольчого ринку певної території визначається рівнем платоспроможності покупців, що визначається шляхом опитування. При цьому відповіді можуть бути диференційовані за кількома характеристиками (наприклад, за насиченістю асортименту, якістю пропонуванних товарів, ціною продуктів харчування, що реалізуються).

Для виявлення тенденцій у задоволенні потреб покупців на сільськогосподарському ринку необхідно за кожною із характеристик визначити думку опитуваного за можливими позиціями: погіршення, поліпшення або незмінність ситуації. Результат опитування можна оцінити за часткою відповідей кожної позиції в загальній їх кількості.

Зазначимо, що в деяких країнах визначають один із найважливіших кон'юнктурних

індикаторів ринку – індекс споживчих настроїв (ІСН), який ґрунтується на соціологічних опитуваннях, наприклад Центру дослідження громадської думки (ЦДГД). Споживчі настрої формуються як із особистих спостережень з орієнтацією на потреби сім'ї, так і з комплексних досліджень, заснованих на взаємозв'язку її членів із широким колом рідних, знайомих, колег тощо. [4].

Поряд зі співвідношенням попиту і пропозиції як найважливішого напрямку кон'юнктурного аналізу існує сукупність інших показників пропорційності агропродовольчого ринку, тобто оптимальність відношення між різними елементами ринку. Певні диспропорції й деформації окремих складових частин ринку, як свідчить вітчизняний досвід, призводять до кризи, затримують і гальмують розвиток ринкових відносин, що робить ринок неефективним. Тому вивчення макро- і мікропропорцій агропродовольчого ринку є важливими і завжди актуальними завданнями аналізу ринкової кон'юнктури. Відповідно до оцінок пропорцій необхідна характеристика тенденцій їхніх динамічних змін, аналіз структурних зрушень і регіональних відмінностей у пропорціях ринку. У процесі дослідження пропорційності ринку доцільно використовувати такі інструменти, як баланс, відносні величини структури і координації, компаративні (порівняльні) індекси тощо. Для структурного аналізу можна залучати методи аналізу коливань показників пропорційності, їхні трендові й регресійні моделі.

Під час аналізу пропорційності ринку використовують два основні відносні показники структури: частку (питому вагу), тобто характеристику в частині цілого, і коефіцієнт співвідношення, тобто безпосереднє зіставлення двох явищ або частин певної сукупності. Показник частки відображає ту частину, яку вона займає у всій сукупності. Аналіз пропорцій ринку слід проводити як у статичі, так і в динаміці.

Найважливішою пропорцією агропродовольчого ринку після попиту і пропозиції є співвідношення внутрішнього виробництва й імпорту продуктів харчування, а також частка витрат населення на харчування у загальному обсязі споживчих витрат та їх розподіл між різними групами населення за доходами. Диспропорції в структурі витрат населення, що відображені з найбільшою часткою витрат на продукти харчування (50 % і більше), свідчать про низький рівень доходів і якості життя населення.

Зазначимо, що найважливішою ознакою кон'юнктури будь-якого ринку є основна його пропорція – співвідношення попиту і пропозиції. Балансу або рівності цих двох головних категорій на практиці досягти досить складно. При цьому дисбаланс попиту і пропозиції визначає тип ринку. Збалансованість або розбалансованість ринку – процес динамічний, ситуація може постійно змінюватися, тому її необхідно вивчати. Складність аналізу полягає в тому, що якщо товарна пропозиція – показник документований, то попит безпосередньо оцінити не можна. Звичайно, основні його закономірності й тенденції можна оцінити за товарооборотом (реалізованим попитом) або купівельною спроможністю населення, але фактичний попит з певних причин може їм не відповідати, а розрахунки відобразатимуть умовний характер.

У статичі співвідношення попиту і пропозиції встановлюється за допомогою балансу попиту-пропозиції. Проте такий розрахунок можливий лише в межах усього товарного ринку сільськогосподарської продукції та продовольства в цілому. Суть розрахунку полягає в наступному: визначають обсяг товарної пропозиції (за даними про надходження або фактичний продаж, з необхідними розрахунками) і купівельну спроможність населення (доходи з коригуванням на приріст заощаджень мінус обов'язкові платежі), що відображають сукупний попит населення [5].

Одним із способів неформальної оцінки ринкової кон'юнктури може бути порівняння попиту (продажів), пропозиції (внутрішнє виробництво і ввезення) й обсягу товарних запасів. У процесі зіставлення позицій (збільшення, стабільність, зменшення) наведених індикаторів ринку можна охарактеризувати його стан.

Слід враховувати, що споживачі неохоче надають інформацію про структуру попиту і переваги, отже відсутність статистичної інформації про вплив різних чинників на величину попиту слід компенсувати експертними оцінками попиту та його зміни під дією економічних явищ.

**Висновки.** Зазначене вище дає підстави зробити висновок, що комплексне дослідження агропродовольчого ринку є необхідною передумовою формування стратегії і тактики його розвитку. Для проведення комплексного дослідження агропродовольчого ринку й одержання чіткої інформації найбільш доцільно, на нашу думку, використовувати такі методологічні принципи: цілеспрямованості; комплексності; системності; систематичності; динамічності; врахування галузевої та територіальної специфіки; об'єктивності; ефективності.

**СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ**

1. Костюхин Д.И. Конъюнктура мирового капиталистического хозяйства / Д.И. Костюхин. – М.: Международные отношения, 1973. – 310 с.
2. Пископель Ф.Г. Основы изучения конъюнктуры капиталистического хозяйства / Ф.Г. Пископель. – М.: Международные отношения, 1960. – 29 с.
3. Клинов В.Г. Экономическая конъюнктура. Факторы и механизмы формирования / В.Г. Клинов. – М.: Экономика, 2005. – 278 с.
4. Бутенко А.И. Кон'юнктурний аналіз товарного ринку / А.И. Бутенко, В.Р. Кучеренко, В.А. Рак-Ягорлицький. – Одеса: Автограф, 2000. – 156 с.
5. Пешкова Е.П. Маркетинговый анализ в деятельности фирмы / Е.П. Пешкова. – М.: Ось-89, 1993.

**REFERENCES**

1. Kostjuhin D.I. Kon#junktura mirovogo kapitalisticheskogo hozjajstva / D.I. Kostjuhin. – M.: Mezhdunarodnye otnoshenija, 1973. – 310 s.
2. Piskoppel' F.G. Osnovy izuchenija kon#junktury kapitalisticheskogo hozjajstva / F.G. Piskoppel'. – M.: Mezhdunarodnye otnoshenija, 1960. – 29 s.
3. Klinov V.G. Jekonomicheskaja kon#junktura. Faktory i mehanizmy formirovanija / V.G. Klinov. – M.: Jekonomika, 2005. – 278 s.
4. Butenko A.I. Kon'junkturnyj analiz tovarnogo rynku / A.I. Butenko, V.R. Kucherenko, V.A. Rak-Jagorlyc'kyj. – Odesa: Avtograf, 2000. – 156 s.
5. Peshkova E.P. Marketingovyj analiz v dejatel'nosti firmy / E.P. Peshkova. – M.: Os'-89, 1993.

**Методические подходы к оценке конъюнктуры агропродовольственного рынка**

**М.И. Ибатуллин**

Раскрыта экономическая сущность понятия «кон'юнктура» и рассмотрены основные подходы к определению этого понятия разными учеными. Освещены теоретико-методические основы исследований агропродовольственного рынка. Рассмотрены свойства конъюнктуры и ее особенности на рынке агропродовольственной продукции. Осуществлена оценка существующих теоретико-методических подходов к конъюнктурному анализу исследуемого рынка. Обоснована необходимость создания системы оперативного сбора, обработки, хранения и распространения информации о конъюнктуре рынка в конкретный момент времени. Проанализированы сущность и методика проведения ценового мониторинга в условиях украинского рынка. Проведен анализ способов оценки рынка.

**Ключевые слова:** конъюнктура рынка, агропродовольственный рынок, система управления конъюнктурой рынка, агропродовольственная продукция.

**Methodological approaches to assessing agri-food market conditions**

**M. Ibatullin**

Market conjuncture has four fundamental characteristics: dynamism, proportionality, variability, and cyclicity. Agricultural commodity and food market is not an exception to the case. In order to reflect the characteristics, a situational analysis of the market should be directed to find solutions for the four conceptual problems: analysis of the dynamic patterns and tendencies; analysis of the development proportionality; analysis of the market stability; analysis of the market development recurrence, definition of the cycles.

Price monitoring is an operative tracking of internal prices (the prices at which agricultural producers sell their goods, procurement prices, prices for retailing and wholesaling) at different levels – district, regional and national.

Dynamism is a key feature of agricultural commodity and food market, which indicates its capacity regarding growth, reduction or stability.

Spontaneity of agricultural commodity and food market is still its main property. Studying casual and constant fluctuations, their frequency and power gives an idea of the market development stability, whereas casual fluctuations of agricultural commodity and food market are the most problematic because they are impossible to be predicted.

Therefore, market conjuncture is a complex and changing phenomenon. It depends on some elements and actions, the development of which complies with laws, being characterized by certain qualitative and quantitative criteria. The abovementioned issues are the preconditions for the need to use different approaches while analyzing market environment. With a purpose of their certain systematization, they should be divided into two groups: general methods and special ones.

While doing agricultural commodity and food market research, various types of comparative analysis can be applied: horizontal, vertical, trending, one-dimensional and multidimensional.

Horizontal comparative analysis is used for agricultural commodity and food market research to determine the absolute and relative deviations of the actual level of the evaluated parameters from the basic one.

Vertical benchmarking helps to study the structure of economic phenomena and processes by calculating a proportion in the total (for instance, the share of households' expenditures on buying food), the ration of the parts of the total among each other, as well as the impact of factors on the level of performance indicators by comparing their values and volumes before and after the change of the relevant factor.

An equity method serves to reflect the ratio, the proportions of the two groups of interrelated and balanced economic indicators, the results of which should be identical.

The abovementioned facts lead to the conclusion that complex agri-food market research is a prerequisite for further determination of strategies and tactics for its development. To do comprehensive agri-food market research and to get accurate information, it is the most appropriate to use the following methodological principles: purposefulness, complexity; consistency; systematic; dynamic; consideration of sector and territory specificity; objectivity; efficiency.

**Keywords:** market conditions, agri-food market, system of market conjuncture management, agri-food products.

*Надійшла 09.10.2015 р.*

